RYNEK PAPIERNICZY

NR. 1. 5 KWIETNIA 1927 ROK I.

RYNEK PAPIERNICZY

NIEZALEŻNY ORGAN FACHOWY I PROPAGANDOWY DLA HANDLU I PRZEMYSŁU PAPIERNICZEGO, ARTYK. PISMIENNYCH I URZĄDZEŃ BIUROWYCH - ZABAWKARSTWA - PRZEMYSŁU I HANDLU TAPECIARSKIEGO ORAZ WSZELKICH GAŁĘZI PRZEMYSŁU PRZERABIAJĄCEGO PAPIER JAK: INTROLIGATORNI - KARTONIARNI ORAZ PRZEMYSŁU GRAFICZNEGO.

WYDAWCA: BOLESŁAW KAPELA, POZNAŃ. REDAKTOR: Dr. LUDWIK RZĄDKOWSKI, POZNAŃ.

KONTA: Bank Przemysłowców - Poznań P. K. O. Poznań 202-114

Adres: Rynek Papierniczy, Poznań, Wrocławska 18 Telefon 1826, 1827, 2832

Wychodzi dwutygodniowo: 5 i 20 każdego miesiąca.

Przedpłata: Miesięczna 60 groszy włącznie portorji. — **Ogłoszenia:** 1/1 strona 120 zł., 1/2 str. 70 zł., 1/4 str. 40 zł., 1/8 str. 20 zł., 1/16 str. 10 zł., 1/32 str. 5,50 zł. Na stronie tytułowej i w tekscie 100%, na stronie II, III i IV okładki 50% nadwyżki. Dla poszukujących posad 50% opustu. — Rabatu udzielamy przy ogłoszeniach 3 razowych 10%, przy 6-ciu razowych 15%, przy 12-tu razowych 20%, przy ogłoszeniach stałych 25%.

Nr. 1 Poznań, dnia 5 kwietnia 1927 Rok I

PER ASPERA AD ASTRA!

Niniejszym oddajemy Polskiemu Przemysłowi Papierniczemu i pokrewnym mu gałęziom pierwszy skromny zeszyt naszego wydawnictwa z tem przekonaniem, że zapełni ono odczuwaną oddawna potrzebę podobnego organu i powitanem zostanie w kołach zainteresowanych z zadowoleniem niekłamanem.

Pierwszem zadaniem pisma naszego będzie dążenie do zobrazowania całokształtu życia przemysłu, jakiemu ono służyć ma, dążenie do stworzenia pomostu pomiędzy wytwórcą a kupcem-detalistą, dążenie do wykazania naszej tężyzny gospodarczej i temsamem do uniezależnienia się od zagranicy, często nam wrogiej, jednem słowem,ma pismo nasze stać się wymowną propagandą naszych wspólnych wysiłków, naszych celów i zamierzeń. Pozatem będzie „Rynek Papierniczy" przynosił zajmujące dane ze wszystkich, tak różnorodnych dziedzin przemysłu, związanego ściśle z papiernictwem, że każdy zainteresowany znajdzie w nim wskazówki, porady i wyniki doświadczeń, które go niewątpliwie zajmować będą, w formie zwięźle i treściwo ujętej.

Pomni starej prawdy, że „kto więcej obiecuje niż dać może, jest niemądry", nie dajemy na tem miejscu żadnych przyrzeczeń: pismo samo przez siebie stać się musi i stanie się codzienną potrzebą każdego zainteresowanego w branży papierniczej. Jesteśmy świadomi, że czeka nas trudne zadanie, że pismo nasze, jak wszystko ludzkie, bezwzględnie doskonałem być nie może, tembardziej, że nie rozporządzamy jeszcze w chwili obecnej tak doskonałą organizacją informacyjną, jaką byśmy sobie życzyli mieć.

Stąd zapraszamy wszystkich, którym zależy na rozwoju naszego rodzimego przemysłu o współpracę z nami, dla dobra sprawy ogólnej. Niechaj każdy dołoży swoją cegiełkę do budującego się gmachu, a wspólnym wysiłkiem stworzymy dzieło, którem będziemy się mogli poszczycić. Trudności nas nie zrażą, niepowodzenia nas nie złamią: kroczyć będziemy niestrudzeni na obranej drodze, zapatrzeni w wytknięty cel, pomni naszej zasady, w nagłówku wyrażonej: „przez trudy ku wyżynom!

Redakcja i Administracja dwutygodn.

„RYNEK PAPIERNICZY"



FABRYKACJA PAPIERU i HURT.

Usunięcie plam na papierze.

Na jednej z konferencji Związku techników amerykańskich papierni, — jeden z członków p. Al. Latimer podał sposób zredukowania plam na papierze. Podajemy główniejsze punkty jego sprawozdania:

1. Przyczyną białych plam na ciemnym papierze czasami bywa sól, którą się używa przy rozcieńczaniu farb, a najczęściej — wapno pozostałe w celulozie.

2. Rurociągi nie powinny być z żelaza; dobre są rury drewniane, które jednak nigdy nie powinny zupełnie wysychać. Odpowiedniejszemi od nich są mosiężne.

3. W wielu fabrykach dla masy używają drewnianych basenów. Gdy, po pewnym czasie, drzewo robi się szorstkiem i szczotkowatem, baseny takie trzeba wykładać miedzianą blachą.

4. Stalowe noże holendrowe obłożone miedzią zabezpieczają przed rdzą i szkodliwymi kwasami. (Obecnie Zakłady F. Kruppa w Essen wyrabiają kwasotrwalą stal, która bardzo dobrze nadaje się na noże holendrowe.)

5. Pożytecznymi bardzo są też piaseczniki, o ile masa wchodzi w nie wolno, i o ile takowe są dostatecznie długie, głębokie i szerokie. W końcu piasecznika ustawia się odpowiednio magnesy, które zatrzymują dosyć dużo żelaza.

6. Gdy czyszczenie wodociągów odbywa się nieregularnie, od czasu do czasu, czynność ta sprawia wiele kłopotu. W fabryce, w której pracuje p. Al. Latimer, co niedzielę przy zmienianiu filców na maszynie, przez wszystkie naczynia do masy i rurociągi przepuszcza się silny prąd gorącej wody z sodą kaustyczną. Z rezerwuaru dla wody odciekowej, który jest pod papierniczą maszyną, pompuje się gorąca woda do pustego holendra, która stamtąd znów wchodzi do masowego basenu i dalej przez regulator gęstości masy i młyny Jordana jeszcze raz do rezerwuaru wody odciekowej, poczem woda zaczyna na nowo swój bieg. Zabiegi te dały bardzo zadawalniające rezultaty.

Aby walka z plamami i brudem była więcej skuteczną trzeba, aby jakaś specjalnie powołana osoba (najlepiej chemik) regularnie badała papier i plamy na nim, pilnie oznaczając ich rodzaj i przyczyny powstania. Po przeprowadzeniu w jednej z fabryk takich skrupulatnych badań, wykazały one następujące przyczyny powstania plam (badania jednego miesiąca): drzewo — 33%, guma — 21%, brud — 12%, tłuszcze — 6%, żelazo — 6%, reszta — 22% pada na klej, węgiel, piasek, farby i węzełki szmat.

Produkcja i zapotrzebowanie gazetowygo papieru w Północnej Ameryce.

W roku 1925 produkcja gazetowego papieru w Północnej Ameryce przekroczyła wszystkie poprzednie cyfry rekordowe i osięgła 3.162.000 amerykańskich tonn, czyli zwiększyła się o 9% (2,9 mil. t.) w porównaniu z produkcją 1924 roku.

Stany Zjednoczone dały 1.530.000 tonn, Kanada 1.522.000 tonn czyli prawie tyle co i Stany Zjednoczone, Nowa Fundlandja 91.000 tonn i Meksyk 13.000 tonn. W ten sposób Północna Ameryka obecnie produkuje około 63% całej światowej produkcji gazetowego papieru, która określa się na 5.000.000 tonn.

W czasie ostatnich 6 lat w Północnej Ameryce ustawiono 50 nowych maszyn papierniczych, które to razem wzięte dają na dobę 3.500 t. (z tego 11 maszyn w Stanach Zjednocz., 35 w Kanadzie i 4 w Nowej Fundlandji). Po uruchomieniu montujących się obecnie maszyn papierniczych, ogólna produkcja wszystkich Północno-Amerykańskich fabryk gazetowego papieru dojdzie do 3,5 miljonów tonn rocznie.

Prawie wszystek gazetowy papier, wyrabiany w Półn. Ameryce zużywają Stany Ziednoczone (98%). W 1925 r. zużyto tam koło 3 milj. tonn (w 1924 r. — 2,8 mil. t.) w tem prawie całą własną produkcję — 1.507.000 t., 85% produkcji Kanady — 1.340.000 t., 20.000 t. z Nowej Fundlandji i 133.000 t. z Europy (4.5% całego zużycia).

Na jednego mieszkańca Stanów Zjedn. przypada 24 klg. gazetowego papieru (11 klg. przypadało w 1910 r.). Przyczyna takiego wzrostu zużycia omawianego papieru polega na zwiększeniu ilości szkół i nieprzerwane zwiększanie dziennego nakładu, oraz rozmiarów amerykańskich gazet, szczególnie wzrastającej ciągle liczby rozmaitych ogłoszeń. Codzień w Półn. Ameryce wychodzi 2.400 dzienników, ogólny nakład których dosięga 34.000.000 oraz 14.000 rozmaitych tygodników.

Trzeba też zaznaczyć, że 60 codziennych gazet, mających nakład powyżej 100.000 egzemplarzy, posiadało średnio w 1925 r. po 29 stron. Po 109 stron posiadały gazety niedzielne. (103 str. w roku 1924-25) Naprzykład ilustrowany tygodnik „The Saturday Evenings Post" ma od 222 do 280 stron druku, waży koło 1/4 klg., a kosztuje tylko 5 centów; drukują go w kolorach na ilustracyjnym papierze, który waży 70 gr. m².

H. Q.

OD REDAKCJI.

Łaskawy współudział w redakcji działu fabrykacji papieru przyrzekł p. inż. Queck z Papierni Malta.

O dalszy współudział pp. inżynierów i majstrów papierniczych prosimy bardzo.

Rosyjski rynek szmat i gałganów.

Eksport rosyjski szmat i gałganów do krajów europejskich przedstawia się następująco:

	1923/24		1924/25		1925/26	
	ton	1000 rb.	ton	1000 rb.	ton	1000 rb
odpadki lnu i szmaty lniane	119	8	2302	457	2124	387
odpadki konopi	209	22	4329	740	4220	665
„ papierowe	—	—	3552	423	84	13
szmaty i gałgany z włókien roślinnych	—	—	1768	262	2440	401
inne odpadki	3105	322	3954	697	5159	784
razem	3435	352	15905	2579	14027	2241

W roku 1925/26 najwięcej odpadków importowała Łotwa, w wartości 943 000 rubli, dalej Anglja (545.000 rb.), Niemcy (307.000 rb.), Zjednocz. Stany Ameryki (221.000 rb.) i Włochy (203.000 rb.).

Przed wojną eksportowała Rosja około 100.000 ton odpadków, w tem 60% odpadków lnianych, 20% bawełnianych, 20% wełnianych.

Głównem przedsiębiorstwem w Rosji, eksportującem gałgany, jest dziś T. A. „Szmaty i Gałgany", które nabyło na rynku wewnętrznym mniejwięcej 18.230 ton towaru tego, wartości 2.137.000 rubli. Powiedziane przedsiębiorstwo zobowiązało się na rok 1927 dostarczyć za 2.500.000 rubli odpadków do fabrykacji papieru, dostarczając takowe Leningradzkiemu Trustowi Papierniczemu, oraz Centrobumtrest'owi (Centralnemu Trustowi Papierniczemu).

Gałgany przeznaczone do eksportu dzielą się na około 100 gatunków. Główniejsze grupy obejmują: 1. gałgany wełniane, 2. gałg. półwełniane, 3. gałg. bawełniane,

4. gałgany i szmaty płócienne, 5. odpadki przemysłu bawełnianego, 6. odpadki przemysłu płóciennego, 7. odpadki przędzalni konopi, 8. t. z. łapcie chłopów i używane liny (podzielone na smołowane i niesmołowane).

Towar zbierają i eksportują głównie rządowe organizacje gospodarcze. Jest on dobrze odkurzony, pogatunkowany, myty i dokładnie sortowany. Gałgany płócienne są prane i na białe i modre (kolorowe) pogatunkowane.

Największemi organizacjami eksportowemi są: powiedziane T. A. „Szmaty i Gałgany“, których głównym akcjonarjuszem jest wszechrosyjski syndykat włókienniczy, dalej „Kantor płatów i kości“ Sewsaptorgu, Związek Spółdzielczy „Centrosojuz“ i kilka mieszano-gospodarczych towarzystw.

(„Gospodarka Narodowa Sowjetów“).

Czechosłowacki kartel papierniczy.

Rokowania, prowadzone przeszło dłużej jak rok, dotyczące połączenia przemysłu papierniczego w Czechosłowacji, zostały w końcu lutego b. r. zakończone. Podług dotychczasowych umów wspólna sprzedaż produkcji papieru przewidziana jest tylko do rynku wewnętrznego, a gdyby organizacja okazała się doskonałą, ma działalność jej zostać rozszerzoną też na handel eksportowy.

Zawarte zostały dwie umowy. Pierwsza dotyczy organizacji biura sprzedaży, które będzie przedstawiało generalne zastępstwo czechosłowackich fabryk papieru, zaś druga dzieli się na szereg umów osobnych, pom. poszczególnemi fabrykami i biurem sprzedaży. Ostatnie założone jest w postaci Towarzystwa z ogr. odpowiedzialnością i wyposażone jest w kapitał zakładowy, wynoszący 1 miljon koron czeskich, w którym partycypują członkowie w stosunku do ich możliwości wytwórczej. Kierownictwo biura sprzedaży spoczywa w ręku pp. dyrektorów Karaska i inż. Kubika. Ostateczne podpisanie umów nastąpiło w połowie marca, a od połowy kwietnia rozpocznie biuro sprzedaży swoją działalność.

Od tego dnia reguluje sprzedaż papieru w kraju biuro sprzedaży, przez które zamówienia wszystkie przechodzić muszą, a które udziela dalszych zleceń poszczególnym fabrykom. W transakcjach eksportowych zostawia się interesowanym wolną rękę.

Udział poszczególnych fabryk w kartelu został następująco ustanowiony: Produkcja roczna interesowanych 35 fabryk wynosi 170.000 ton papieru, z których idzie 60.000 ton na eksport. Pozostałe 110.000 ton, które konsumuje rynek krajowy, przedstawiają wartość mniejwięcej pół miljarda koron. Poszczególnym firmom przydziela się wysokość produkcji w stosunku danych od 1. stycznia 1924 do połowy 1926 r., przyczem zezwala się wybór dowolny produkcji 12 miesięcznej z tego czasokresu.

Biuro sprzedaży, przez które przechodzą wszystkie zlecenia krajowe, jest odpowiedzialnem za ściągnięcie należytości a działalność jego będzie na razie ograniczona do obrotu artykułami masowemi, jako to papierem gazetowym na wałach itp. Rodzaje specjalne papieru opracowywać będą dotychczasowe zastępstwa fabryk. Przez ustanowienie cen wytycznych ma być przedsiębiorstwom dana możliwość konkurowania z zagranicą.

Biuro sprzedaży przejmuje ceny, które w ostatnim czasie się ustaliły. Prócz pewnej normalizacji wytwórczości spodziewa się osięgnąć oszczędności z tytułu korzystniejszej sprzedaży taryfowej jak dotychczas.

Poszczególnych fabryk nie zmusza się do zlikwidowania swych zastępstw, filji i agentur. Częściowo przejmuje je biuro sprzedaży, częściowo będą mogli dalej pracować dla specjalności danej firmy. O losie fabryki pa-

pieru w Sławoszycach, zakupionej przez kartel, o czem na innem miejscu piszemy, nie zapadła, ze względów socjalnych, decyzja ostateczna. Na skutek interwencji ministerstwa handlu ma umowa sprzedaży zostać anulowaną, jednak dotychczasowy właściciel nie chce bez większych koncesji rządowych od transakcji odstąpić.

Ważność umowy kartelowej została z tego powodu tylko do końca 1929 roku ustanowiona, ponieważ interesowani chcą zebrać doświadczenia, aby później przystąpić do ewtl. dalszej rozbudowy tejże. Projektuje się n. p. udzielić biuru sprzedaży pełnomocnictwa dla ruchu rozliczeniowego w kraju oraz przystąpić do rządów państw ościennych w sprawach dotyczących podziału terytorji zbytu.

Z praktyki.

Opakowanie papieru. Jednym z głównych źródeł reklamacji, to niedostateczne opakowanie papieru w balotach. Papiernie czy to z lekkomyślności, czy też dla braku wykwalifikowanego personelu, pakują papier, zwłaszcza wysokowartościowy, w słabe i nieszczelne klepki, które wcinają się w papier, częstokroć świeży jeszcze, wskutek czego zwykle trzeba górne warstwy papieru odkładać jako nieużyteczne. Pozatem, wskutek niedostatecznego opakowania, odwijają się rogi balotów podczas transportu; brudzą papier i załamują go.

Zatem więcej akuratności i pieczołowitości przy pakowaniu, a uniknie się reklamacji, kosztów i pisaniny.

(mki.)

Wzory. Nasze papiernie zazwyczaj są nader skąpe, przy rozsyłaniu wzorów papierów, a przecież li tylko na podstawie wzorów otrzymanych, może klijent zlecenie uskutecznić. Jakżeż daleko jesteśmy wstecz w stosunku n. p. do Niemiec! Niektóre fabryki niemieckie, n. p. z Nadrenji, stale i obecnie nawet, przysyłają kolekcje w wytwornej okładce, przejrzyście zgatunkowane, pomimo, iż liczyć na zamówienia, dopóki niema traktatu handlowego — niemogą. Zażąda jaki hurtownik z „Papierni Polskiej" wzorów papieru wyraźnie określonego, (a zatem nie całej kolekcji), to otrzyma częstokroć... małe skrawki in 8^0, z oznaczeniem jakości i gramatury, niezawsze jeszcze ze stemplem odnośnej fabryki. — Nieraz jest gorzej: Fabryka donosi, iż wzorów przysłać nie może, gdyż papier tej kategorji (n. p. powiedzmy albumowy) będzie dopiero wyrabiać za 4 — 6 tygodni, i... wtedy wzory nadeśle!

Może z czasem i u nas będzie lepiej, żyjmy więc nadzieją! (mki.)



Udostępniajcie każdy numer „Rynku Papierniczego" Waszym urzędnikom i robotnikom, bo potrzebujecie współpracowników uświadomionych i obeznanych z fachowym postępem czasu!



DETAL ARTYK. PIŚM., SZKOLNYCH i BIUROWYCH

Zwiększenie obrotu w handlu artykułami papierowymi.

Ktoś, ktoby posiadał receptę niemylną na zwiększenie obrotu, byłby gremjalnie oblegany przez wszystkich tych, którym ich obrót wydaje się za mały, a byłby to niewątpliwie ogół kupiectwa, z małemi wyjątkami. Rozważając metodycznie, znajdziemy zawsze jeszcze coś, co będzie się mogło przyczynić do ożywienia przedsiębiorstwa. Ustalmy sobie przedewszystkiem dwa kierunki:

1) co zrobić, aby kupujący częściej i chętniej odwiedzał mnie jak konkurenta?

2) co zrobić, aby podwyższyła się zasadniczo frekwencja kupujących artykuły papiernicze i biurowe?

Pierwsze pytanie jest najbliższe! Nie chcemy aby konkurencja nas prześcignęła, a z powodu małych obrotów nie możemy pokryć naszych kosztów handlowych. Cóż tu zrobić? Przedewszystkiem wystawę udekorować efektownie i zachęcająco, czysto, umieszczając w niej przedmioty, które mogą zainteresować kupującego. Moment ten jest bardzo ważny nie tylko z punktu widzenia techniczno-kupieckiego, ale też w kierunku psychologicznym. Wystawa zakurzona, nie uporządkowana robi wrażenie przemęczenia, obojętności, która potęguje się jeszcze więcej przy częstszej obserwacji. Kupujący potrzebuje koniecznie zdecydować się do kupna, obojętnie co nabywa: czy to ołówek dla dziecka, czy elegancką kasetkę z papierem listowym dla pretensjonalnej damy, czy też jeszcze coś kosztowniejszego.

Przed brzydką wystawą traci kupujący chęć kupna, bo zamierzenie jego zdaje się być mu ważnem, kupcowi zaś mniej, bo udekorowałby staranniej swoją wystawę. Efekt jest taki, że kupujący traci chęć do kupna i odwraca się.

Co należy wystawiać? Wspomnieliśmy już wyżej: kilka przedmiotów budzących zainteresowanie. Jakie to przedmioty powinny być, zależy od położenia ulicy, klijenteli i charakteru sklepu. Wszystkie artykuły nie znajdą w wystawie miejsca. Spotkaliśmy niedawno w pewnej bogatej wystawie karton z napisem: „Co nie znajdziecie w wystawie, szukajcie w sklepie!!! Jest to bardzo praktyczne, ponieważ stanowi duchowy łącznik pomiędzy kupcem a kupującym. Kupiec chce powiedzieć: Bardzo mi przyjemnem będzie, jeśli znajdziecie w mojej wystawie to, co potrzebujecie. Gdybyście przypadkiem tego nie znaleźli, wstąpcie do sklepu, a jestem przekonany, że pomiędzy moim towarem znajdziecie to, czego szukacie. Przemowa ta niema, a jednak skuteczna do kupującego, jest bezpłatną, nic nie kosztuje.

Dalej jest konieczną dla ożywienia interesu propaganda i reklama. Chodzi tu o spopularyzowanie interesu i jego towarów. Najlepszą reklamą jest dobry towar po dostępnej cenie i prowadzenie dobrych, praktycznych nowości. Inserat, polecenie drukowane, odgrywa rolę bardzo ważną. Wytwórca, fabrykant i hurtownik ogłaszają w swem piśmie fachowem i zwracają się do szerokiego koła detalistów; obok tego umieszczają inseraty w poczytnych pismach codziennych, aby zapoznać ogół ze swymi artykułami podług rodzaju i nazwania, aby szersza publiczność takowe u detalisty żądała. Ostatni ogłasza w pismach lokalnych, a jeśli charakter przedsiębiorstwa tego wymaga, także w pismach większych. Prócz tego reklamuje się przez wysyłanie prospektów i podobnych zawiadomień, przez wywieszanie afiszów na słupach litfasowych, w restauracjach, środkach komunikacyjnych itd. Obojętnie, czy ogłoszenie jest okolicznościowe, (gwiazdkowe, noworoczne, karnawałowe, wielkanocne), czy też odnosi się do regularnego inserowania: zawsze powinien

inserat, czy obszerny prospekt być porywający w słowach i ilustracji, a zawsze zostać skomponowany z największą starannością. Koszty pozostaną te same, a skutek zależny będzie od odpowiedniego ujęcia tekstu i wykonania ogłoszenia. Druk, przemyślany szczegółowo, poleca, zły zaś druk wywołuje uczucie mniejwartościowości. Nikt nie powinien wstydzić się pytać drugich o poradę. Wszyscy wszystkiego sami znać nie mogą.

Drugi podany przez nas kierunek dąży do zasadniczego podniesienia obrotu artykułami papierowymi i innymi przedmiotami biurowymi. Nietylko zapotrzebowanie już istniejące ma być pokryte, ale trzeba wprowadzić na rynek nowe towary, które nie potrzebują służyć wyłącznie luksusowi, ale dają pewne korzyści i częściowo przedstawiają pożyteczne prezenty. Z miejscowymi kierownikami szkół będzie trzeba podjąć kontakt, ażeby z jednej strony towary polecić, a z drugiej strony, ażeby uchronić się od t. z. „stróży sklepowych". Właściciel przedsiębiorstwa pozna w ciągu roku dosyć agentów podróżujących, którzy niejedno wiedzą a podczas swych podróży dużo widzieli. W rozmowie może się kupiec dużo od nich dowiedzieć. Taksamo życzenia i spostrzeżenia u wytwórcy, padną czasami — nie zawsze — na żyzną glebę. Kto sam wysyła agentów, dowie się od nich o żądaniach mniejszej klijenteli. Gdy się ukaże nowość, zaraz trzeba ją umieścić w wystawie z podaniem ceny i przeznaczenia, a nie czekać aż konkurent to uczyni. Toż samo dotyczy ogłoszeń. Gdy ogłoszenia są dla jakiegoś przedsiębiorstwa polecenia godne, to nie trzeba czekać, aż wszyscy inni ogłoszą, aby na końcu za nimi podążać. Jeśli przedsiębiorcy przyswoją sobie rady i wskazówki udzielane im przez pisma fachowe, i rozważą sobie dobrze warunki bytowania ich interesu, to będzie mogła jednostka i ogół branży dobrze egzystować. Trwanie w stanie biernym dziś korzyści przynieść nie może nikomu. r.

Anulacja zleceń. Klijentela, zwłaszcza z prowincji sądzi, iż zlecenia, odwrotnie nie załatwione, można bez wszystkiego anulować, względnie nieprzyjąć towaru nadesłanego z opóźnieniem. Zapatrywanie takie jest mylne, gdyż w myśl kodeksu handlowego, winien zamawiający, w razie, gdy dostawca nie dostarczą towaru, monitować, i postawić mu ostateczny termin dostawy z zagrożeniem, że w razie niedotrzymania tegoż, towaru nie przyjmie. W tym wypadku może nawet żądać zamawiający odszkodowania za stratę, (którą jednakowoż musiałby udowodnić), względnie może odnośny towar nabyć gdzieindziej, po najkorzystniejszej cenie, o ileby cena jego zakupu była wyższą, winien dostawca, zalegający z dostawą, różnicę mu dopłacić. (mki.)

Zawczasu zamawiać. W składach, zwłaszcza w większych przedsiębiorstwach, winna się znajdować książka, w której personel zapisywać winien towar brakujący, względnie będący na wyczerpaniu. Codziennie winna być odnośna książka przedłożona szefowi, wzgl. kierownikowi, który decyduje, który towar, gdzie i w jakiej ilości i po jakiej cenie, zamawiać należy. Uniknie się przez to irytacji i — szukania winnego! — Przy zamówieniach, zwłaszcza listowych, należy jak najwyraźniej określić, co, ile i po jakiej cenie się żąda, powołując się w danym razie na złożoną ofertę (z dnia . . .). Nie wystarczy pisać np.: „nadeślijcie odwrotnie 50 kg. papieru kancelaryjnego", „jak miałem" itp., gdyż klijent miał może w ostatnim czasie dwa gatunki, lub grubości, lub odmienne formaty z tegoż papieru. Więc pisanina tam i z powrotem, a często cierpka replika (niesłuszna zwykle) zamawiającego, na „nieorjentację" lub „nieład", etc. (mki.)

KOMUNIKATY

Stowarzyszenie Kupców Papierniczych w Poznaniu, założone w drugiej połowie r. 1921, powzięło sobie za cel:

1. Podniesienie stanu kupieckiego, zwłaszcza branży papierniczej.
2. Staranie się o moralne i materjalne dobro swych członków.

Cel ten Stowarzyszenie osięgło, zwłaszcza co do punktu drugiego, i to głównie w czasie dewaluacji marki polskiej, prawie w zupełności!

Bowiem nikt chyba nie zaprzeczy, że li tylko Stowarzyszeniu ma do zawdzięczenia, iż z tego okresu szalonego załamania się polskiego środka płatniczego, a tem samem i życia gospodarczego w Polsce, — wyszedł obronną ręką, jakkolwiek i stan drobnego kupiectwa branży papierniczej, poniósł w tym czasie poważne straty materjalne i także i moralne!

Stowarzyszenie Kupców Papierniczych w Poznaniu, regulując ceny sprzedaży, uświadamiając członków o każdorazowych zmianach cen i źródeł zakupu, chroniąc członków swych od wyzysku niesumiennych dostawców, okazuje swoją żywotność także i w obecnym okresie względnej stabilizacji pieniądza polskiego.

Dalsze zamierzania Stowarzyszenia, jak n. p. stworzenie placówki wspólnego zakupu zbiorowego i inne, dadzą się tylko urzeczywistnić, o ile ogół sfer papierniczych, tak w Poznaniu, jak i na prowincji — zrozumie, iż li tylko gromadnie osięgnąć można wyżej wspomniany cel, dający doraźne stałe i znaczne korzyści materjalne i moralne swoim członkom!

Dążyć musimy do zespolenia całego kupiectwa papierniczego w jedno ognisko, do stworzenia potężnej organizacji, z którą nietylko zainteresowani dostawcy — fabrykanci i hurtownicy, ale i sfery samorządowe i rządowe liczyć się będą musiały!

Dlatego niech nie będzie ani jednego kupca-papiernika chodzącego luzem, czekającego aż inni wywalczą mu byt znośniejszy! Niechaj przystąpią jak jeden mąż do Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych które, opierając się na dość pokaźnych funduszach własnych, zdoła stworzyć dla kupiectwa papierniczego poważną ostoję, na której spokojnie i z zaufaniem oprzeć się mogą.

W gromadzie i jedności siła i przyszłość nasza!

P. S. Na członków prosimy zgłaszać się do skarbnika p. Michała Kulińskiego ul. Wrocławska 38 I.

PRZEMYSŁ PAPIERNICZY - GRAFIKA I T. P.

Stosunki techniczno-gospodarcze w zawodzie drukarskim.

Zawód drukarski w Polsce znajduje się w chwili obecnej w położeniu bardzo niekorzystnem. Przesilenie gospodarcze kraju i kryzys gotówkowy wstrzymuje z jednej strony klijentów od udzielania zakładom graficznym poważniejszych zleceń, co powoduje nieracjonalność pracy w tychże zakładach, z drugiej zaś strony stwarza brudna konkurencja, tworząca się dzięki nieumiejętności rzeczowej kalkulacji właścicieli i kierowników wielu drukarń, stosunki takie, że powiedzieć można z całem przekonaniem, że zawód drukarski nie idzie naprzód z wymogami chwili, a stanął na punkcie martwym, co jest równoznacznem z cofaniem się wstecz.

Porównując stosunek przedwojenny w zawodzie drukarskim ze stosunkiem powojennym spostrzeżemy, że każde przedsiębiorstwo graficzne inwestowało rokrocznie większe kapitały w czcionkach, maszynach i przyborach drukarskich, zaś obecnie inwestycje te zredukowały się do minimum. Jedyny wyjątek w tym kierunku stanowią większe towarzystwa akcyjne, które mogły zaopatrzyć się w nowy materjał drukarski, ale — uczyniły to na koszt swych akcjonarjuszy. Reszta zakładów graficznych dorabiać się musi narzędziami, które zostały nabyte w t. z. „lepszych czasach" przedwojennych. Konieczność jest jednak nieubłaganą i tu i owdzie kompletuje się sprzęt drukarski, gdyż inaczej nie możnaby „ujechać", w czem fabryki maszyn i czcionek idą na rękę, udzielając korzystnego kredytu wekslowego.

Zadaniem chwili obecnej jest dla nas, którzy przeświadczeni jesteśmy, że mogłoby być inaczej, a nie mając inicjatywy, która by nas pchnęła na inne tory, uchwycić tę inicjatywę i pracować nad podniesieniem gospodarczem zawodu graficznego, co da możliwość postawienia drukarń na wysokiej stopie doskonałości technicznej.

Jak działać? Ja proponuję i stawiam pod dyskusję na łamach „Rynku Papierniczego":

1. Związki właścicieli drukarń powinni zaangażować pierwszorzędnych fachowców jako sekretarzy związkowych, którzyby byli jaknajdokładniej obeznani z kalkulacją zawodową. Sekretarze powinni być zarazem i nauczycielami kalkulacji i urządzać w celu ujednolicenia ostatniej, przynajmniej co pół roku, bezpłatne kursy kalkulacyjne w wszystkich większych środowiskach przemysłu graficznego.

2. Związki właścicieli drukarń powinni energicznie zaprotestować przeciwko urządzaniu drukarń rządowych, które pracują gospodarczo zupełnie nieproduktywnie, bo nie liczą się z budżetem a przynoszą jedynie straty dla instytucji rządowych, z drugiej zaś strony szkodzą ogółowi zawodu graficznego. Hasło: „Rząd dla obywateli, a nie przeciwnie", winno być wątkiem memorjałów, traktujących tę sprawę a Związek sam powinien się bliżej zainteresować pp. kierownikami instytucji tych rządowych drukarń, śledzić ich czynności i nie dopuścić do tego, aby druki prywatne, jak to się często zdarza, wykonywało się w oficynach rządowych.

3. W końcu winni drukarze nie zatrzymać się tylko na zespoleniu się zawodowem, ale powinien przejawić się u nas duch przynależności, uczucie koleżeństwa, wynikające z tego przeświadczenia, że jesteśmy wszyscy dziećmi czarnej sztuki, a mamy prawo do zarobkowania, każdy na swem miejscu, według swej umiejętności i możliwości technicznej. Ogólnie panosząca się „zazdrość zawodowa" powinna zostać odrzuconą, a „uczciwa i koleżeńska konkurencja" stać się główną podwaliną, na której zbudujemy gmach dobrych stosunków w zawodzie naszym.

Niechaj garść powyżej rzuconych uwag znajdzie echo w gronie zawodowców grafików i wyda swój odgłos na łamach niniejszego pisma.

e-la

Przewodnik kalkulacyjny dla drukarń, wydany przez Związek Zakładów Graficznych w Poznaniu i tamże za minimalną kwotę 3,— zł do nabycia, przyczynia się w wielkiej mierze do naprawy naszych na wskroś „opłakanych" stosunków w kalkulacji drukarskiej. Lecz z ubolewaniem przekonałem się, że wielu drukarzy nie zna tej książki, kalkulując podług „własnych" doświadczeń nieumiejętnie przeprowadzanych, czyli kieruje się, jak się






to mówi „podług wiatru". Inna część zawodowców lekceważy sobie wogóle „narzucane przez kogoś" przepisy kalkulacyjne, polega na swoich indywidualnych doświadczeniach i dufa w swoje własne siły.

Ci ostatni są bardzo ograniczeni w swych horyzontach, ponieważ nie chcą zrozumieć, że tak, jak każde Państwo musi mieć swoje przepisy czyli prawa, każde towarzystwo swoje ustawy, tak też musi mieć każdy zawód, który pragnie nie upaść tylko dalej się rozwijać, swoją normę wzgl. ogólną podstawę kalkulacyjną, która powinna być zasadniczą linją wytyczną i punktem wyjścia we wszelkich zatargach, wynikających na tle kalkulacji zawodowej.

U nas zazwyczaj wszystko łatwo się krytykuje, lecz samemu trudno coś pozytywnego stworzyć. Coprawda, przewodnik kalkulacyjny Zw. Zakł. Graf. w Poznaniu zawiera małe niedokładności, lecz te usunięte być mogą, jeżeli większa liczba naszych właścicieli resp. kierowników drukarń wypowie otwarcie swoje zdanie, opierając się na fachowych spostrzeżeniach.

Redakcja „Rynku Papierniczego" otwiera w tym przedmiocie dyskusję i prosi o przesłanie spostrzeżeń fachowych, dotyczących kalkulacji drukarskiej. e-la.

Od Redakcji.

Panów Podróżujących prosimy o łask. współdziałanie z nami i o komunikowanie nam swych spostrzeżeń. Pozatem prosimy o łaskawe podanie adresów tych składów papieru lub hurtowników, którzyby „Rynku Papierniczego" nie otrzymali.

Redakcja i Administracja
Rynku Papierniczego.

Ze zawodu grawerskiego donoszą nam:

Okólnikiem Ministerstwa Nr. 123 z dnia 19. 12. 1926. zarządza się, aby wszystkie urzędy państwowe zamówienia swoje na pieczęcie z godłem państwowem, również inne zlecenia w zakres grawerstwa i medjaljerstwa wchodzące, kierowały wyłącznie do Mennicy w Warszawie.

Zarządzenie takie godzi w żywotność branży tej i wyraźnie mówiąc, podkopuje byt rodzin grawerskich.

Czy znowu mamy do czynienia z tak zwanem i przez nas wszystkich ogromnie cenionem „Monopolem"?

Kiedy wreszcie otworzą się oczy kierownikom naszego Rządu, że zmonopolizowanie pewnej gałęzi przemysłu, jest zgubne dla całego ustroju ekonomicznego, a z drugiej strony nie daje żadnego zysku, co zwykle już z góry przepowiedzieć można?

Biorąc pod uwagę „Monopol Tytoniowy" stwierdzamy, że tenże monopol odebrał i nam grawerom mnóstwo pracy, przez uchylenie zamówień stempli stalowych dla fabryk papierosów, a cóż dopiero mówić mają rysownicy, drukarze, litografi, kartoniarnie i cały przemysł, który surowce itd. dostarczał? Czyż nie było dawniej dla Państwa korzystniej dostarczyć banderol za setki tysięcy złotych, i bez mozołu i bez wielkiej pracy — szczególnie bez różnego rodzaju sprzeniewierzeń urzędników mieć zyski?

Dziś Monopol Tytoniowy stał się dla Państwa kulą u nogi: ciągle wychodzą na jaw różne defraudacje tak że nosi się z myślą wydzierżawienia tegoż konsorcjum zagranicznemu. Czyż to logika, czyż to zmysł obejmujący szersze widnokręgi, podkopać, zniszczyć tak potężną gałęź przemysłu, która pośrednio i bezpośrednio tysiącom pracowników dawała pracę? I w końcu, gdy rząd nie może

powiązać początku z końcem, oddawać przemysł rodzimy pod kuratelę finansjery zagranicznej?

Rzecz podobna stanie się z zawodem grawerskim gdy scentralizuje się wykonanie prac w Mennicy Państwowej, o ile Rząd na czas nie przejrzy na oba oczy i nie cofnie rozporządzenia tego.

Przytem Rząd powinien to uwzględnić, że większa część podatków wpływa z podatków bezpośrednich, a co pozatem idzie, nie ma Rząd prawa, ograniczenia inicjatywy Obywatela do wykonywania zawodu, ale powinien popierać każdą gałęź przemysłu przez udzielanie mu również zleceń.

INTROLIGATORSTWO - KARTONIARSTWO

Oblepianie tektury.

Oblepianie tektur papierem znajduje dziś szerokie zastosowanie. Procedurą tą polepsza się lichsze gatunki tektur i kartonów, zaopatrując je w powłokę lepszych papierów, papierów kolorowych itp. W sposób mechaniczny daje się to uskutecznić tylko przy niektórych rodzajach powłók, jak białych i jednokolorowych przez złożenie w stos lepszych i kolorowych zwojów z gorszą wkładką, przez co tworzą się t. z. tektury i kartony podwójne i potrójne. Przy papierach wzorowych lub w inny sposób ozdobionych jest procedura taka niemożliwa i musi być uskuteczniona w osobnym toku pracy, zwykle mechanicznym sposobem, czasami jednak ręcznie.

Aby osięgnąć zadawalniający wynik, powinny posiadać tak tektura, jak i papier nalepiany dostateczną siłę lepikową. Tektura nie powinna być za gładką ani też za mocno wchłaniającą wilgoć, jak np. tektura drzewna, skórowa, czasami też tektura słomkowa, ponieważ materjały te wchłaniają wilgoć lepika za szybko w siebie, co powoduje, że lepik nie może działalności swej rozwinąć. Z drugiej znów strony nie może lepik rozwinąć swej działalności przy tekturze gęstej, ponieważ struktura tejże uniemożliwia mu wniknięcie wewnątrz materjału. W tym wypadku tworzy lepik na tekturze cienką powłokę, która nie stoi z ciałem tektury w żadnym związku i łatwo odłącza się od niej. Z powyższego wynika, że tektura, nadająca się do oblepienia, powinna wchłaniać w siebie część wilgoci, równocześnie z pewną częścią lepika. Jeśli także papier nalepiany posiadać będzie te same właściwości, osiągniemy złączenie tak silne, że tylko dłuższe działanie wilgoci będzie je mogło unicestwić.

Tektury, które z powodów wyżej podanych nie nadają się do oblepiania, można uczynić odpowiedniejszemi, przez użycie gęściejszego lepika przez co zapobiegamy za szybkiemu wchłanianiu wilgoci przez tekturę, albo przez zwilżenie tektury, przyczem przestrzegać jednak trzeba, aby nie zwilżać za mocno. Papier nalepiany nie powinien być za twardy, bo papier twardy, jak np. celulozowy, bardzo się rozszerza; zaś jednostronne rozszerzenie się jest powodem tworzenia się fałd. Toż same zjawisko zauważyć można przy kartonach i tekturach cienkich, twardej struktury. Przy mniej klejonych papierach niedogodność ta występuje mniej jaskrawie, gdyż wilgoć szybko przenika cały pokład papieru, jak przy papierach mocno klejonych i papierach z powierzchnią specjalnie spreperowaną. Przy materjale takim nieraz bardzo trudno osięgnąć produkt gładki, bez fałd, najtrudniejszą zaś jest technika ręczna, ponieważ przy technice maszynowej zwoje arkuszy przechodzą oklejane przez system walców ogrzewanych, co powoduje, że skłonność materjału do tworzenia fałd zostaje usuniętą i uwydatnić się nie może.

Przez zastósowanie zwilżania arkuszy nalepianych na tekturę -- co uskutecznia się ze strony przeciwległej stronie klejonej — można osięgnąć lepszy rezultat: naturalnie zwilżać można tylko taki papier, przy którem nie ma obawy, że powierzchnia jego zostanie przez zwilżanie uszkodzona.

Najtrudniej zlepiać papier i tekturę, które przez spreparowanie lub przez nasycenie się wilgocią stały się fałdzistemi i nierównemi. Na materjał taki nie można równomiernie nałożyć warstwy lepika, co powoduje tworzenie się coraz to nowych fałd, których nie można wydobyć żadnym sposobem.

Maszyny do nalepiania papieru na tekturę w arkuszach powinny być zaopatrzone w walce ogrzewalne, przez co osięga się szybsze wyschnięcie produktu, i pewną działalność gładzącą. Tekturę, względnie karton jako i papier wkłada się do maszyny w zwojach bez końca, zaopatruje w lepik i skleja, poczem przechodzi sklejona partja przez aparat suszący i, o ile wytwarzany materjał gruby, przez chłodnik. Następny przyrząd obcina brzegi, dzieli na pasy odpowiedniej długości i zawija na wały, wzgl., jeśli mamy grubsze gatunki, tnie na arkusze.

Wielki wpływ na jakość towaru wywiera też klajster, który użyjemy, i koniecznem jest, znać dokładnie strony dodatnie i ujemne każdego rodzaju tego materjału.

Zjawiskiem bardzo niepożądanem jest przechodzenie klajstru na powierzchnię, co ma miejsce szczególnie przy tekturach słomkowych i tworzenie plam, które powoduje mniejsza lub większa ilość wapna. Szybkie wysuszenie zapobiega temu zjawisku.

Zazwyczaj jednak nieodpowiedni klajster jest powodem przechodzenia tegoż na zewnątrz, bo na poszczególne rodzaje papieru jest wpływ środka klejącego różny. Papiery kolorowe wymagają innego rodzaju klajstru, jak papier biały, papiery drzewne innego jak bezdrzewne itd. itd. Tektura gruba wymaga więcej klajstru, jednak nigdy nie powinna wilgoć tak długo działać, aż tektura rozmoczyłaby się, ponieważ i w tym wypadku wchłaniałby naklejony papier za dużo wilgoci i tworzyłby plamy.

OD REDAKCJI.

Zawód introligatorski i kartoniarski stoi u nas w Polsce w stosunku do zagranicy na niskim poziomie pod względem technicznym. — Zadaniem naszem będzie umieszczając fachowe artykuły, szerzyć jaknajwiększe zainteresowanie tej gałęzi przemysłu.

Zanosimy zatem usilną prośbę do PP. pierwszorzędnych fachowców o łask. współdziałanie z nami, zasilając nas Swemi cennemi doświadczeniami fachowemi.

O ochronnych środkach przeciwpożarnych w zakładach przemysłowych.

W każdym zakładzie przemysłowym trzeba wszelkimi możliwymi środkami ochronnymi starać się o to, aby zatrudnieni w ubikacjach robotnicy przy niebezpieczeństwie pożaru się ratować mogli. Urządzenia te są ważne też dla straży ogniowej, celem dojścia do wyżej położonych lokali fabrycznych. Zupełnie ogólnikowo zwrócimy na tem miejscu na niektóre środki ochronne przeciwpożarowe uwagę.

S c h o d y d r e w n i a n e w wejściach głównych trzeba uznać jako niebezpieczne i nie zastosowywać ich.

S z y b k a p o m o c jest przy wybuchu pożaru nadzwyczaj ważną, z tego powodu powinny we w s z y s t k i c h u b i k a c j a c h danego zakładu przemysłowego znajdować

się ręczne sikawki, ręczne przyrządy pożarne, granaty pożarne itp., których posiadamy dużo typów.

Na pierwsze piętro powinny przy budynkach zbudowanych w dłuż, prowadzić żelazne drabiny wchodowe, mocno w murze przymocowane; jeśli zostaną one umieszczone w dostatecznej szerokości i wystawać będą do połowy w okna, odważą się nawet i kobiety do zejścia po nich, gdy chodzić będzie o ratowanie życia.

Przy budynkach wielupiętrowych powinny zostać umieszczone z zewnątrz schody ratunkowe. Stanowią one najlepszą możność ratunku, jednak drzwi do nich prowadzące, powinny podczas trwania pracy nie być zamknięte.

Na przylegające, niżej położone płaskie dachy można się w razie niebezpieczeństwa też udać, jeśli istnieje otwór, przez który na nie wyjść można. Nie powinny to być jednak dachy szklane lub z lekkiej tektury smołowcowej, które pod ciężarem łatwo się zarywają, a silne dachy drzewocementowe. Straż pożarna może stamtąd ludzi łatwo uratować.

Fabryczna straż pożarna powinna być zawsze gotowa, rozporządzać najlepszemi i dostatecznemi narzędziami do gaszenia pożaru, a jako sztygarów wybrać trzeba dobrych gimnastyków i roztropnych a zwinnych mężczyzn.

Dla fabryk z małym personelem zaleca się nabycie parowych sikawek promieniowych, mają one te zalety, że są tanie, a nadzwyczaj dobrze działają.

Właściciele przedsiębiorstw i techniczni kierownicy, powinni przy swych lustracjach codziennych w przedsiębiorstwie stale nad tem przemyślać, jakie zastosować najskuteczniejsze środki ochronne dla zapewnienia przedsiębiorstwu i życiom ludzkim bezpieczeństwa! Wreszcie inspektorzy straży ogniowych służyć będą chętnie pożytecznemi wskazówkami. el-er

Listy do redakcji.

P. Białowąż, papiernik z fabryki papieru na Malcie, pisze nam:

Ze zadowoleniem dowiaduje się, iż Panowie zamierzacie wydawać na szerszą skalę fachowe pismo papiernicze.

Pismo „Rynek Papierniczy„ przyczyni się bardzo do podniesienia papiernictwa w kraju w ogóle, co powoduje, że

1. zyska na tem fabrykant-producent uzyskując maksymum produkcji przy minimum energji,
2. uświadomi i pouczy się personel fabryczny w kierunku wytwórczości nowoczesnymi sposobami.
3. informować się będzie kupca branży papierniczej w sprawach handlowych,
4. dawać się będzie ogłoszenia, tyczące dziedziny papiernictwa w ogóle,
5. „Rynek Papierniczy“ usunie cały zastęp pośredników, co wpłynie że cena papieru się obniży.

„Rynek Papierniczy“ powinien prenumerować każdy papiernik, który chce być postępowym i temsamem więcej znaczyć u swego chlebodawcy. Papiernictwo to ciężki i trudny, ale piękny zawód i bardzo wdzięczny; specjalizując się teoretycznie i praktycznie, można otrzymywać gażę wysokiego urzędnika. Jeżeli papiernicy nasi, prenumerując „Rynek Papierniczy“ okażą większe zainteresowanie, napewno pokażą się książki, broszury i t. p. w ojczystym języku, a więc dostępne dla każdego, bo dzisiaj niestety, papiernik bez niemieckiego języka, to nie papiernik.

Życzę Wydawnictwu pomyślnego rozwoju

Białowąż
papiernik.



ATRAMENT
Elbeka
ATRAMENT GALUSOWY
ATRAMENT
Elbeka
UŻYWAJĄ WSZYSCY

PRZEGLĄD ZAGRANICZNY

List z Lipska.

Lipsk, 16 marca 1927.

Wynik Targów Lipskich jest ogólnikowo zadowalniający, bo nietylko, że wystawiało o wiele więcej wystawców, jak się tego można było spodziewać po doświadczeniach ostatnich Targów, ale zwiedzających, szczególnie obcokrajowców było bardzo dużo, którzy poczynili poważne zakupy, tak że obroty eksportowe są większe jak na Targach poprzednich. Prócz tego sprzyjała pogoda przez cały ubiegły tydzień, co też dodatnio na rozwój interesów wpłynęło.

Na większą frekwencję wystawców i gości zagran. miała kosztowna propaganda wpływ decydujący, jednak, o ile przewidzieć można, nie we wszystkiem zadowoliła inicjatorów imprezy. Podczas kiedy przypływ gości zagranicznych był zadawalniający, nie dopisała własna dalsza prowincja. Powód tego zjawiska jest ten sam, co u nas w Polsce: w handlu detalicznym daje się dotkliwie odczuwać drożyznę i bezrobociem powodowany zastój, co powoduje automatycznie niższe obroty i niższe zarobki kupca-detalisty, który zakupuje tylko to, co mu nieodzownie potrzebne do prowadzenia interesu z kolekcji agentów i podróżujących, rezygnując z powiększenia swych zapasów i nawiązania nowych stosunków handlowych.

Najmniejsze obroty poczyniły właśnie te gałęzie przemysłu papierniczego, które swe towary przez agentów wzgl. przez przesyłki próbne dogodnie propagować mogą. Większe zainteresowanie budziły urządzenia maszynowe dla celów biurowych, przeróbki papieru, maszyny do drukowania itd. Decyzja kupna, przy dzisiejszem trudnem tworzeniu się kapitału nie łatwo przychodzi; należy do tego porównanie podobnych konstrukcji, przez wystawy pokazowe tak na Targach Lipskich jako i w samych fabrykach odnośnych maszyn. To też panował w tym dziale najwięcej ożywiony ruch i o przebiegu Targów świadczyła niejedna karta z napisem „verkauft“ — „sprzedano“ o uznaniu wysiłków.

Wystawcy są z obrotów zasadniczo zadowoleni, choć nie brak głosów, zresztą jak zawsze, przy podobnych poczynaniach, że nadzieje zawiodły. Powodem tem, last not least, jest też ten, że pomiędzy wielką ilością i wielkim wyborem wystawionych artykułów znajdowały się takie, które gości targowych mało, albo wcale nie interesowały.

Zdaje się, że zdolność fachowa niektórych towarów przesuwa się na korzyść innych. Towary, na które był na Targach dawniej wielki popyt, i które tworzyły t. zw. „szlagiery“ targowe, ustępują lub giną zupełnie jak artykuły mody, w miejsce których wstępują inne artykuły. Poznanie tej zmiany jest właśnie tem, co czyni zwiedzenie wystawy interesującem i korzystnem.

W każdym razie ma gospodarka swój los sama w ręku, i od niej samej zależy jej korzyść i niekorzyść. Tak jak w życiu prywatnem, to więcej jeszcze w życiu gospodarczem zbawienia szukać trzeba nie w rozmysłach i wątpliwościach, ale w zdecydowanem działaniu i planowej pracy.

K. R...ski.

SPRAWOZDANIE

rynkowe centralnego wydziału przemysłu papierniczego, tekturowego, celulozy i masy drzewnej za marzec 1927. w Niemczech.

Ogólne obroty w przemyśle papierniczym stały się spokojniejsze, ale ten ruch wsteczny nie przekracza ram zwykłych sezonowych wahań. Papiernie wyrabiają 97.7% swej normalnej produkcji. W papierze pakowym i gazetowym jest położenie zadawalniające, mniej jednak w papierach bezdrzewnych, normalnych i gatunkowych.

Korzystne stosunki wodne powodowały zwiększenie się produkcji masy drzewnej. Przy ożywionym popycie zapasy jednak się zmniejszyły.

Tendencja drzewa papierowego jest stalą.

Podwyżka rumuńskiego cła wwozowego na papier. Cło wwozowe na papier do Rumunji zostało podwyższone o 8 lei na kilogramie. Stąd została podwyższona cena za papier gazetowy z 18 na 23 lei za kilogram.

(Wiener Papier u. Schreibwaren Ztg.).

Nekal Bx trocken jest nazwą produktu firmy I. G. Farbenindustrie A. G. Frankfurt a M. Poleca się produkt ten jako znakomity środek do zwilżania sukna pilśniowego i to tak do nowych, jako i do używanych, wysuszonych sukien. Nekal Bx reaguje neutralnie, nie nagryza więc sukien ani części maszyn.

Fabryka Papieru i drzewicy w miejscowości Slavosovce w Czechosłowacji została przez Czechosłowacki Kartel Papierowy zakupiona i unieruchomiona z powodu nierentowności.

Dziennik włoski „Popolo d'Italia“ wychodzi w ostatnim czasie na wyłącznie włoskim papierze, wykonanym z włoskich surowców. Jest to pierwszy krok wyemancypowania się Włoch od wwozu papieru zagranicznego, którego import wynosi 380 miljonów lir.

Import papieru do Anglji podniósł się w roku 1926 w stosunku do r. 1925 i wynosił 714.722 tons w wartości Ł 15.754.821 w przeciwieństwie do 664.357 tons za Ł 15.090.335 z roku 1925. W roku ubiegłym eksportowała Anglja papieru 214.369 tons za Ł 9.796.716 — (w r. 1925: 226.313 tons za Ł 9.816.384). Import surowców wynosił za rok ubiegły 1.600.513 tons za Ł 11.946.402.

Cena za papier gazetowy w Kanadzie wynosi w roku bieżącym, taksamo jak w ubiegłym, dol. 65.— za tonę.

Fabrykacja papieru z drzewa eukaliptusowego w Brazylji. Comp. Paulista de Estrado de Ferra założyła fabrykę papieru z drzewa eukaliptusowego, i uchwaliła wyrabiać 50.000 kg papieru drzewnego rocznie.

Chiny. Rząd chiński wydał trzy rozporządzenia, mocą których ustanawia ogólne cło dodatkowe w wysokości 2½, a dla artykułów luksusowych dalsze 5%. Rozporządzenia mają działalność od dnia 1 lutego 1927 r.

Kuba. Podług wiadomości zagranicznych ustanowioną jest nowa celna taryfa kubańska z działalnością od 1 stycznia 1927 r. Bliższe szczegóły tej taryfy są nam na razie nieznane. (Wochbl. f. Papierfabr.) 1927. 5. 122.

Franciszek Hardmuth. Dnia 14 bm. zmarł w Budweis p. Franciszek Hardmuth, przemysłowiec i szef senior znanej fabryki ołówków L. i C. Hardmuth. Zmarły był prawnukiem założyciela fabryki a synem Franciszka Hardmutha, wynalazcy ołówków „Kohinoor“, które zdobyły sobie sławę światową. Ś. p. zgasły prowadził fabrykę odziedziczoną po ojcach w patriarchalno-solidnej tradycji i, idąc z postępem, nie opuszczał żadnej sposobności, aby stworzyć z niej przedsiębiorstwo sławy światowej.

Wycieczki kupców zagranicznych do Poznania.

Zabiegi o ulgi paszportowe i redukcje opłaty kolejowej.

W roku bieżącym najprawdopodobniej w początkach maja przybędą różne zagraniczne wycieczki kupiectwa interesującego się Polską jako rynkiem zbytu i zakupu. Według informacji zaciągniętych z najbardziej autentycznych źródeł, spodziewany jest przyjazd kupców i przemysłowców tureckich, greckich, rumunskich, czeskich, bułgarskich, perskich, estońskich, łotewskich, francuskich i angielskich. Wycieczki kupiectwa zagranicznego przewidziano w początkach maja głównie dlatego, ażeby dać im możność zwiedzenia Targów Poznańskich, przypadających jak wiadomo 1—8 maja. Pewne trudności stanowi dotychczas jeszcze niezupełnie załatwiona sprawa co do udogodnień pod względem opłat za wizy i redukcji za bilety kolejowe. Targi Poznańskie, pragnąc pójść na rękę kupiectwu zagranicznemu, poczyniły w odnośnych instancjach starania w kierunku uzyskania bezpłatnych wiz paszportowych wskazując na doniosłość Targów dla polskiej ekspansji gospodarczej. Jak się dowiadujemy zgodziło się Ministerstwo Spraw Zagranicznych jedynie tylko na 50-cio % zniżkę przy opłacie za wizy paszportowe. Takie załatwienie sprawy uważać należy za niewystarczające tembardziej, że różne Targi zagraniczne, w tem Targi niemieckie, czeskie i austrjackie pozyskały dla kupiectwa zagranicznego, przybywającego do odnośnych krajów, wizy zupełnie bezpłatne. Niewątpliwie władze nasze, w zrozumieniu, że wycieczki zagraniczne, zwiedzające tegoroczne Targi Poznańskie, stworzyć mogą podstawę dla propagandy zagranicą i dla naszej wielkiej imprezy, jaką będzie Krajowa Wystawa w Poznaniu przychyla się zarówno do życzeń Urzędu Targów Poznańskich jak i do pragnień kupiectwa zagranicznego i zgodzą się również na wizy bezpłatne. Zbyteczne chyba dodawać, że przyjazd tak licznych wycieczek przyczyni się znacznie do ożywienia ruchu na Targach, oraz do zainteresowania się naszych najszerszych warstw przemysłowo-handlowych.

Dział papierniczy na Targach.

Po wojnie przemysł papierniczy w Polsce przystąpił do organizowania swych warsztatów. Pierwsze lata jednak nie mogły naszej produkcji papierniczej dawać należnych gwarancji, gdyż konkurencja rynków zagranicznych była nader intensywna, a zbyt towarów zagranicznych niemniej silniej zaprowadzony był w Polsce. Poraz pierwszy przemysł papierniczy wystąpił na Targach Poznańskich przed kilku laty w osobnym dziale, który jednak nie mógł być z wyżej wymienionych powodów kompletnie wyposażony. Lat następnych przemysł papierniczy wszedł w fazę rozwoju, powodując radykalną zmianę w tak ważnej gałęzi produkcji dla naszego kraju. Powstało szereg nowych fabryk, przeciwwaga wyrobom zagranicznym zarysowała się stale tak, że dziś może być już mowa o drogach wiodących polski przemysł papierniczy ku samowystarczalności. Jeśli tu i owdzie sprowadzamy towar z zagranicy, to zdarza się to często wskutek braku orjentacji na naszym rynku podaży.

Dział papierniczy w nadchodzącym Międzynarodowym Targu w Poznaniu weźmie walny udział, demonstrując

eksponaty z całości swego rozwoju i produkcji! Będzie to przegląd naszego dorobku na tem polu, który z jednej strony zapozna zainteresowane czynniki z polską produkcją papierniczą, a z drugiej — przyczyni się do ustalenia jej potrzeb w zakresie wymogów krajowych w zastosowaniu w pierwszym rzędzie do zagranicznego poziomu.

Międzynarodowy Targ w Poznaniu a zagranica.

W stolicy Wielkopolski w Poznaniu w prastarem Grodzie Przemysława o świetnych tradycjach handlowych odbędzie się w br. między 1—8 maja Międzynarodowy Targ. Targi Poznańskie odbywające się z roku na rok od lat siedmiu, zdobyły sobie powszechne uznanie zarówno w kraju jak i zagranicą. Stały i coraz większy ich rozwój potwierdza znaczenie Targów Poznańskich i jest najlepszym wyrazem tej roli odpowiedzialnej, jaką spełniają Targi w naszem życiu gospodarczym, a z drugiej strony na rynkach zagranicznych.

Tegoroczny Międzynarodowy Targ w Poznaniu zapowiada się bardzo pomyślnie. Walny udział bierze w nim zagranica, walny udział reprezentuje nasza wytwórczość krajowa. Dane faktyczne mówią za siebie. Zagranica na Targu Poznańskim reprezentowana będzie wszechstronnie. Zaprzyjaźniona z nami Francja bierze udział oficjalny w Targach pod protektoratem Rządu. Pozatem Belgja z kolonjami, Szwajcarja, Włochy, Grecja, Turcja, Jugosławja, Austrja, Czechosłowacja, Rumunja, kraje bałtyckie i skandynawskie. Dalej zawitają poraz pierwszy do Poznania wystawcy z Persji i Brazylji. Ze strony Anglji daje zauważyć się wzrost zainteresowania się Targami.

O celowości i systematycznej działalności Targów Poznańskich na terenie zagranicznym mówią za siebie fakty. W wielkich centrach gospodarczych i ważniejszych węzłach handlowych działają specjalni przedstawiciele i korespondenci Targów. Jest ich przeszło 80-ciu. Za ich pośrednictwem, prócz tego dzięki ścisłej łączności Dyrekcji Targów Poznańskich z zagranicznemi instytucjami handlowemi polski kupiec i przemysłowiec otrzymuje stale informacje, cenne szczegóły o zapotrzebowaniu na rynkach zagranicznych. Udział poważny zagranicy w tegorocznym Targu wymownym jest dowodem w zainteresowaniu się państw europejskich Polską oraz jej życiem gospodarczem. Na tej płaszczyźnie dokonywuje się współpraca gospodarcza Polski z zagranicą i ekspansja polskiej wytwórczości na zewnątrz. Ma to doniosłe znaczenie.

Podczas Targów do Poznania przybędą liczne wycieczki zagraniczne. Dotychczas zapowiedziały swój przyjazd wycieczki z przeszło 11 państw. Są to kupcy i przemysłowcy, przedstawiciele firm, instytucji gospodarczo-przemysłowych. Spodziewany jest również przyjazd ministrów przemysłu i handlu z państw zaprzyjaźnionych z Polską. Znamienne, iż szczególnie zainteresowały się Targami te ośrodki gospodarcze zagranicy, gdzie polski handel i przemysł śmiało liczyć może na zbyt własnych towarów w warunkach dogodnych. Przemysł krajowy na Targach w Poznaniu reprezentowany będzie w całej pełni. Skompletowane są już prawie wszystkie działy. Wystawy maszyn rolniczych, przemysłu szklanego, drzewnego, papierniczego, chemicznego itd. obesłano licznie i różnorodnie. Pozostały przemysł ludowy, przemysł średni, warsztaty rzemieślnicze mają osobne stoiska. Słowem w Targach Poznańskich biorą udział wszystkie gałęzie naszej wytwórczości.

Od Pomorza przez Śląsk, od Krakowa, Lwowa po Warszawę, od Warszawy po Wilno i Wołyń ze wszystkich stron zjadą do Poznania między 1—8 maja liczne wycieczki. Ziemiańskie, włościańskie, kółek rolniczych. Nadciągną zewsząd kraju kupcy i przemysłowcy rzemieślnicy. Poszczególne związki i stowarzyszenia organizują wycieczki zbiorowe na Międzynarodowy Targ w Poznaniu.

Prócz tego zapowiedziane są do Poznania zjazdy różnych organizacji i instytucji.

Z powyższego wynika, iż Międzynarodowy Targ w Poznaniu będzie wielką rewją gospodarczą Polski przy udziale zagranicy. Widomy to znak naszego rozwoju nietylko gospodarczego, lecz i państwowego.

W interesie każdego, czy to kupca, czy przemysłowca, ziemianina, rolnika czy rzemieślnika jest zwiedzenie Targów. Wszyscy przybywający na Targi korzystają z osobnych udogodnień, zniżki biletów kolejowych itd. Na miejscu w Poznaniu zorganizowane są biura mieszkań przez Dyrekcję Targów, szczegółowe informacje itp.

A więc do widzenia między 1—8 maja na Międzynarodowym Targu w Poznaniu.

Skuteczna reklama w piśmie fachowem.

Najskuteczniejszym środkiem uzyskania nowych odbiorców jest i pozostanie reklama ogłoszeniowa, a choć byśmy szukali innych dróg celem uzyskania tychże: działalności ogłoszenia nie prześcignie żaden inny środek werbunkowy ze względu tak na działalność jako i rozpowszechnienie. Stąd nic dziwnego, że reklama ogłoszeniowa zyskuje z dnia na dzień coraz to większe zastępy zwolenników. Tysiące firm, które przed niedawnym jeszcze czasem ani nie myślały o werbowaniu nowych odbiorców przez ogłoszenia, znajdziemy dziś w szeregach stałych inserentów, a pozostała mniejszość kupców i wytworców, usposobionych wrogo reklamie ogłoszeniowej, albo popłynie w najkrótszym czasie z prądem czasu, albo — ustąpić będzie musiała konkurencji. Żadne przedsiębiorstwo, czy to handlowe, czy przemysłowe, bez reklamy dziś obyć się nie może.

Miljony pochłaniają ogłoszenia, ale nie zawsze wynik odpowiada oczekiwaniom. Wielu inserentów skłania się do mniemania zwalić wyłączną winę niepowodzeń na karb odnośnego pisma, w którem ogłoszenia swoje umieścili, nie zdając sobie sprawy z tego, że rzeczywisty powód niepowodzenia szukać trzeba może właśnie w ogłoszeniu samem. Tylko dobre, w formie i treści udatne ogłoszenia mogą mieć widoki na powodzenie, a jeden rzut oka na dział ogłoszeniowy różnych pism przekonuje nas, jak wielce się pod tym właśnie względem grzeszy.

Jak powinniśmy inserować? Z samem zleceniem ogłoszenia nie jest sprawa załatwiona. Przedstawmy sobie, że każde ogłoszenie ma zadanie s k u p i ć u w a g ę czytelnika, w z b u d z i ć z a i n t e r e s o w a n i e i ewentualnie w y w o ł a ć d e c y z j ę z a k u p u. Zadaniom tym może ogłoszenie jednak tylko wtenczas sprostać, jeżeli zostało odnośnie formy i budowy tekstu prawidłowo ujęte.

Celem skupienia uwagi czytelnika, powinno ogłoszenie być zaopatrzone właściwością uchwycenia wzroku tegoż, co można osięgnąć przez rysunek też przez odpowiednie, zgrabne ułożenie tekstu. Zastósowanie odpowiedniego kliszu jest polecenia godnem, jednak trzeba o ile możliwości, używać rysunki kreskowe; autotypje wymagają lepszy gatunek papieru. Taksamo obwódka ogłoszenia może dużo się przyczynić do tego, aby ogłoszenie było podpadającem. Skoro uwaga czytelnika jest skupiona, powinna treść tekstu wzbudzić zainteresowanie i koniecznie wywołać decyzję natychmiastowego zakupu. Z powodu tego podwójnego zadania, które przypada treści tekstu, powinna ona zostać opracowaną z jaknajwiększą starannością. Mądre ograniczenie jest tu główną zasadą. Ogłoszenie nie jest cennikiem. Mało tekstu a dużo wolnego miejsca powinno być linją przewodnią. Kilkoma słowami można też dużo powiedzieć. Dalej powinien tekst być starannie nastrojony do poziomu koła czytelników — nieskomplikowany w budowie i jasny w wyrażeniach. Frazesów trzeba pod każdym warunkiem unikać a wystrzegać się przedewszystkiem przeholowania. Zasada „prawda w reklamie" zdobywa sobie coraz więcej gruntu. Opracowanie ogłoszeń skutecznych jest sztuką, która wymaga dużo zdolności i doświadczenia. Kto nie posiada dostatecznych

wiadomości w reklamie werbunkowej, powinien zlecić opracowanie tekstu, albo lepiej jeszcze całe przeprowadzenie reklamy, dzielnemu fachowcowi werbunkowemu. Nakład na cel ten opłaci się sowicie.

Kiedy trzeba ogłaszać? Odpowiedź brzmi: stale, bez większych przerw. (Wyjątek stanowią tu artykuły sezonowe.) Tylko reklama stała daje gwarancję za stały skutek. Okolicznościowe ogłoszenia mogą czasami wydać rezultaty przypadkowe, ale o stałej działalności nie może być w takim wypadku mowy. Szczególnie podczas zastoju handlowego powinna reklama ogłoszeniowa zostać ożywioną. Postępowanie wręcz przeciwne zaobserwować można podczas obecnie miejsce mającego zastoju. Popyt się zmniejsza — a firmy redukują swoją reklamę. Oszczędność ta nie jest na miejscu — bo byłaby ona n. p. w Ameryce, w kraju klasycznej reklamy, nawet podczas najtrudniejszego kryzysu gospodarczego nie do pomyślenia — bo w rezultacie nie da nam korzyści, a straty. Zastój w werbowaniu odbiorców równoznaczny jest cofaniu się wstecz.

Przy reklamie przez ogłoszenia stałe, którą można każdej firmie, pragnącej dążyć z postępem czasu, jak najgoręcej polecić, poleca się zmieniać częściej tekst, wzgl. włączać ogłoszenia w serjach, które obecnie zdobywają sobie coraz to więcej zwolenników.

Ważnem jest przedewszystkiem kwestję ukazania się ogłoszeń podług pewnego planu uregulować. Trzeba dokładnie ustalić, kiedy poszczególne ogłoszenia — z uwzględnieniem pór roku — się mają ukazać. Liczba ogłoszeń jest naturalnie kwestją portfelu, lecz nie trzeba nam zapominać, że wydatki za ogłoszenia nie są bezpowrotnie wydane koszty handlowe, ale stanowią rentujący się kapitał werbunkowy.

Odpowiedni wybór pism nadających się do opublikowania ogłoszeń jest dla osiągnięcia zamieszczonego skutku rzeczą wielkiej wagi i powinien zostać uskuteczniony z należytą starannością. Decydującym momentem jest powaga, znaczenie oraz rozpowszechnienie poszczególnych pism. Administracje tychże udzielają interesentom na żądanie szczegółowych informacji. Wystrzegać trzeba się przedewszystkiem t. z. ofert odrzutowych i zachować się z rezerwą wobec cen podpadająco niskich. Pismo dobre, z wielkim kołem czytelników, nie może być „podpadająco tanie", a przy powiedzianych ofertach odrzutowych jest tanie równoznaczne ze złem.

Są to w krótkich słowach warunki zasadnicze dla przeprowadzenia celowej reklamy ogłoszeniowej. Ten, kto postulaty te wypełni, kto zważa starannie na formę i treść swych ogłoszeń, kto stara się o bieżącą publikację bez dłuższych przerw i wybierze odpowiednie pismo, ten pozna wysoką wartość reklamy ogłoszeniowej i wykorzysta ją dla swego przedsiębiorstwa.

OGŁOSZENIA OSOBISTE.

Komunikaty patentowe.

Klejenie papieru za pomocą mydeł żywicznych.

Patent francuski Nr. 577349. Ferd. Dobler. Francja.

Po zwykłem strąceniu żywicy w masie papierowej przez sól glinową, w kwaśnem środowisku, dodaje się do masy węglan wapnia, celem zobojętnienia kwasu. W ten sposób oszczędza się maszyny i polepsza kolor papieru.

Fabrykacja papierów patynowanych dla celów typochromograficznych i innych.

Patent franc. Nr. 574548 Alessandro Ajmar Włochy.

Papier pokrywa się masą, którą się otrzymuje przez zmieszanie dwutlenku krzemu (Si 0_2) z substancjami żywicznemi lub klejowatemi jak to: kazeiną, dekstryną, glutenem, mydłami żywicznemi, klejem itp.

Fabrykacja kwasów organicznych z sodowych ługów odpadkowych celulozy.

Patent franc. Nr. 563747 Paul Dervau, Eugène de Fersen, Fernand Fieschi, Edouard Lancesseur, Augusto Potel i Paul Watel Paryż.

Ług odpadkowy, oswobodzony od celulozy ogrzewa się w zamkniętem naczyniu w obecności tlenu, albo gazów tlen zawierających lub oddających z dodaniem katalizatorów lub bez tychże. Celem zapobieżenia wyschnięciu dodaje się do utleniająco działających gazów dostateczną ilość pary wodnej. Jako katalizatory nadaje się platyna wzgl. inne metale tej grupy w dowolnej formie, kobalt, mangan, glin, nikiel, tlenki tych metali, tlenki żelaza, karbidy glinu, cynku, sole ceru, manganu i ołowiu. Katalizatory jako takie mogą znaleść zastosowanie w rozczynie koloidalnym, wzgl. na obojętnych medjach, jako to ziemi okrzemkowej, asbescie, pumeksie, koksie. Sole sodowe kwasów mrówczanego, octowego i szczawiowego są końcowym produktem.

Fabrykacja celulozy sulfitowej z drzewa żywicznego.

Patent franc. Nr. 574251. Erik Ludwig Rinman. Szwecja.

Drzewo traktuje się przed gotowaniem lub podczas tegoż środkami organicznemi, rozpuszczającemi żywicę, jak to benzolem, benzyną, terpentyną, eterem, toluolem, przez co drzewo rozpuszcza się łatwiej i w znacznie krótszym czasie jak dotychczas. Żywice wydobyte izoluje się jako takie sposobem zwykłym.

Skrzynka zapytań:

1) Kto wykonuje w Polsce obrazki do odciągania, (po niemiecku tak zw. Abziehbilder)?

2) Kto wykonuje w Polsce klisze, pokryte warstwą miedzi (galvanos)?